

Таким чином, ефективне управління людськими ресурсами перетворюється в одну з найважливіших функцій туристської організації – у функцію управління персоналом. Мета системи управління персоналом в індустрії туризму полягає в мотивуванні фахівців на надання клієнтам якісного обслуговування із задоволенням їх потреб. А це неможливо без відповідної координації дій персоналу, мотивації і формування корпоративної культури, що підвищує лояльність споживачів до туристської організації.

Метою роботи є дослідження проблем мотивації персоналу в туристичному бізнесі, розгляд існуючої системи на конкретному прикладі, внесення пропозицій щодо поліпшення методів мотивування персоналу на прикладі туристичної агенції ТОВ «Друзі».

Для досягнення поставленої мети в роботі передбачене вирішення наступних завдань:

- Розглянути теоретичні та практичні засади системи роботи з персоналом, а також вивчити особливості управління персоналом в туристичному бізнесі;
- Проаналізувати систему управління персоналом на туристичному підприємстві та визначити напрямки удосконалення процесу управління персоналом.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Жуйкова А.О.

Науковий керівник – Мельман В.О., канд. техн. наук, доцент

В наш час, коли наша країна робить свої перші кроки, як держава з ринковою економікою, зростаюча конкуренція і глобалізація підштовхує сучасних підприємців і менеджерів приводити рівень управління на підприємствах до рівня європейських країн. Розуміння і використання концепції маркетингу в управлінні підприємством є невід'ємним елементом ефективної підприємницької діяльності. Якісна і соціальна складова маркетингу в управлінні величезна, – він зумовлює високоприбуткову ритмічну діяльність суб'єктів господарювання. В цих умовах управління маркетинговою діяльністю для підприємств, що мають за мету не тільки мати прибуток сьогодні, а бути й далі конкурентоспроможними та вийти як на всеукраїнський ринок, а навіть і на європейській, є актуальним, як ніколи раніше.

Успіх бізнесу здебільшого залежить від своєчасного встановлення зв'язків із громадськістю за допомогою засобів масової інформації преси, радіо, телебачення. Налагодити тісні контакти з численними

інститутами споживачів, партнерів, державних органів влади і суспільством загалом неможливо без глибоких знань, досвіду й компетентності керівників комерційних фірм, фахівців у сфері маркетингу.

З метою поліпшення економічної ситуації, насичення ринку товарами й послугами необхідно боротися за споживача, постійно оновлюючи продукцію, що випускається, розширюючи коло пропонованих послуг, а також підвищуючи їх якість. Лише за дотримання таких умов управління маркетинговою діяльністю вдається охопити значну кількість підприємств, насамперед тих, що безпосередньо пов'язані з кінцевим споживачем – населенням.

Метою дослідження наукової роботи – є узагальнення методичних підходів до здійснення збутової діяльності підприємства на засадах маркетингового менеджменту.

Для досягнення поставленої мети необхідним є вирішення наступних завдань:

- проаналізувати методи та інструменти просування товару;
- дослідити критерії ефективності реклами на ринку товарів;
- розробити засоби та методів стимулювання збуту продукції;
- розробити заходи щодо вдосконалення системи маркетингу та збуту товару, а також визначити їх ефективність.

МОТИВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Вакуленко А.В.

Науковий керівник – Мельман В.О., канд. техн. наук, доцент

Питання про мотивацію персоналу було актуальним ще до розуміння менеджменту як науки, і на сьогоднішній день воно залишається не менш актуальним. Складність цього питання полягає у тому, що потреби людини постійно змінюються. Якщо раніше їй достатньо було одержати їжу як винагороду, то сьогодні окрім задоволення яких-небудь фізичних потреб, людині необхідно задовольняти моральні і психологічні потреби. Для підприємця людські ресурси є найціннішими, оскільки саме персонал прагне постійного розвитку і самовдосконалення заради досягнення цілей організації. Відповідно, ефективний менеджмент дозволить постійне удосконалення організації виробництва і збільшення прибутку.

Таким чином, менеджеру необхідно добре розбиратися в типології характеру, направленості особистості, людях, а також мотивів, що спонукають до професійної діяльності.

Існує безліч теорій, які описують як зміст, так і процеси мотивації. Багатий досвід українських і закордонних підприємців дає безліч